

REPONSE DES ENSEIGNES MAISON DE LA PRESSE A CONSULTATION PUBLIQUE

Du 18 décembre 2020

relative à la proposition des règles d'assortiment aux points de vente des titres CPPAP hors IPG prises en application du 5° de l'article 18 de la loi n°47-585 modifiée (dite loi Bichet)

Question N°1

Le groupe NAP est favorable à l'imposition d'un quota minimum de titres CPPAP hors IPG, personnalisé au point de vente, à respecter par chaque magasin.

Dans le temps, il sera important de veiller à la cohérence de ce quota en fonction de l'évolution des critères d'obtention des agréments CPPAP des produits presse.

Question N°2

La valeur du quota doit être définie selon des tranches de MLD (mètre linéaire développé), pour garantir le bon niveau de représentativité de l'offre CPPAP hors IPG dans le linéaire (arrondie à l'unité supérieure). Dans les faits, et selon l'étude menée par NAP, il existe un différentiel dans la représentativité des titres CPPAP hors IPG selon la taille du linéaire.

La valeur du quota doit être calculée sur la base d'une mesure de linéaire fiable, réelle et exhaustive, réalisée par les différentes SADP. Afin de favoriser la diversité de l'offre, le quota est bien un seuil minimum, et il peut être dépassé selon les règles établies.

Nous pensons que sa valeur doit être définie selon des typologies de points de vente dont le critère est la taille du linéaire développé.

De plus, afin de garantir une pluralité de l'offre presse, et d'éviter des effets de coupe dans le nombre de références disponibles dans un point de vente, il est nécessaire d'adosser à la valeur de quota la notion de nombre de titres (ou codifications) par mètre linéaire développé.

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

maisondelapresse.com

Typo	Tranche MLD	Titres Vendeurs servis (hors IPG)	Titre CPPAP	Part CPPAP
T0	50 - 100	681	140	21%
T1	100 - 150	1228	223	18%
T2	150 - 200	1671	281	17%
T3	200 - 250	2086	333	16%
T4	250 - 300	2468	385	16%
T5	+ de 300	2853	430	15%

Périmètre : hors IPG, quotidiens, produits taxables et de diversification, presse importée, presse régionale et les titres adultes.

La définition de titre « en service » est basée sur un calcul annuel des 12 derniers mois glissants. Un titre (ou une codification) ayant été servi au moins une seule fois sur la période rentre dans l'assiette.

Le champ d'application de ce quota porte bien sur la famille de titres CPPAP hors IPG uniquement, les offres qualifiées de produits « assimilés librairie » et les « Produits Para Papeterie » (ou *Para Presse*) sont à exclure de cette disposition. Il nous paraît important de repréciser leur définition, pour une bonne application de la mesure :

Assimilés librairie (tel que défini par le CSMP – septembre 2006)

Est qualifié de « assimilé librairie » tout produit principalement consacré à l'écrit qui, du fait de ses caractéristiques (contenu, présentation, périodicité...), ne peut être considéré comme une parution ou un hors-série d'un titre de presse.

Entre notamment dans cette catégorie :

- 1. Les collections dont la régularité de la périodicité n'est pas assurée, et celles paraissant moins de 4 fois par an,*
- 2. Les ouvrages thématiques comportant majoritairement le traitement d'un sujet et n'appelant pas de parutions successives, sauf s'ils s'inscrivent dans la catégorie des hors-séries d'une publication de presse,*
- 3. Les ouvrages s'apparentant à des guides n'appelant pas de parutions successives, et comportant majoritairement l'accumulation des renseignements pratiques nécessaires à leurs utilisateurs,*
- 4. Les catalogues ou les magazines portant l'enseigne d'un organisme de vente par correspondance, d'une entreprise ou d'une marque, et destinés principalement à faciliter ou à promouvoir des transactions commerciales*
- 5. Les ouvrages qui ont pour objet principal la recherche et le développement des transactions d'une entreprise commerciale, industrielle, bancaire ou d'autre nature, ou d'un groupement d'entreprise, ou qui sont en réalité des instruments de publicité, de promotion ou de communication.*

Produits Para Papeterie (tel que défini par le CSMP - Septembre 2006)

Le produit para papeterie ne relève pas des autres catégories définies par la profession : presse, assimilé librairie, multimédia, encyclopédie. Il est offert au public à un prix marqué.

Sont notamment considérés comme relevant de cette qualification les produits évoqués ci-dessous :

- 1. Les produits de jeux, tels que les albums de coloriage, découpage, pliage, gommettes, loisirs créatifs, etc..., qui ne recourent à l'écrit que pour une part minoritaire ou pour la définition de leur mode d'emploi,*
- 2. Les affiches, posters – dès lors qu'ils n'accompagnent pas un contenu rédactionnel constituant majoritairement le produit vendu – les calendriers et les agendas,*
- 3. Les vignettes et toutes cartes ainsi que les albums et autres collecteurs destinés à les recevoir, que ces éléments soient vendus ensemble ou séparément,*

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont

01 49 28 68 68

maisondelapresse.com

4. *Les remises en vente de publications de presse ou de produits « assimilés librairie », les albums et recueils d'inventus de publications de presse ou de « produits assimilés librairie »*
5. *Les pochettes, homogènes ou non, constituées d'exemplaires de publications de presse ou de produits « assimilés librairie » déjà mis en vente dans le réseau presse*

Question N°3

Le groupe NAP est d'accord sur les modalités d'ajout et de retrait des titres, ainsi que sur le délai de 7 jours pour la cessation de livraison des titres refusés par le point de vente.

Question N°4

De notre point de vue, il paraît primordial que les éditeurs répondent favorablement aux demandes d'un point de vente pour les mises en service de titres. Le diffuseur de presse reste le seul à avoir une vision précise de son potentiel commercial.

Le point de vente a besoin de répondre :

- aux demandes de ses clients (à titre d'exemple : une commande ferme telle qu'une réservation client)
- aux changements d'environnement de son magasin (à titre d'exemple : fermeture d'un point de vente sur sa zone de chalandise, installation d'une entreprise)

Question N°5

Pour les catégories thématiques :

Il nous semble opportun que les éditeurs et distributeurs associent une catégorie thématique à chaque titre. Cette association d'une catégorie à chaque titre doit être étendue à l'ensemble de l'offre presse disponible (IPG, CPPAP et non CPPAP). Cette mesure garantira une meilleure lisibilité et connaissance de l'offre pour le diffuseur. Cela lui permettra de travailler son assortiment de façon plus efficiente pour une meilleure représentativité de l'offre presse dans les magasins.

Pour le référencement payant :

Au titre de la diversité de l'offre et du pluralisme, le groupe NAP est favorable à ce qu'il n'y ait pas de « référencement payant » sur l'offre CPPAP hors IPG.

Il existe néanmoins des dispositifs promotionnels spécifiques et « hors linéaire » opérés par les éditeurs, par les SADP, par les dépositaires ou encore par les diffuseurs ou nous-mêmes qui n'influencent pas l'offre disponible en linéaire et qui sont destinés à dynamiser les ventes des titres. Ces prestations ad hoc mises en place sur le réseau de points de vente sont pour autant facturées aux éditeurs. Il convient donc de bien préciser ce qu'est le « référencement payant », de notre point de vue c'est bien l'accès du titre au point de vente contre rémunération qui doit être proscrit.

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

Le groupe NAP est également favorable à préciser l'interdiction des « référencements payants » pour les titres CPPAP hors IPG dans les règles de rémunération des diffuseurs de presse.

Question 6 :

Le mécanisme de retrait automatique des titres CPPAP hors IPG nous paraît adapté aux attentes du secteur.

Il faut préciser que la mesure doit être portée à la codification (et non au numéro de CPPAP). Pour rappel, un numéro de CPPAP unique peut proposer en point de vente différentes offres commerciales (format poche, grand format, couplage...).

Le calcul de l'occurrence est stoppé en cas d'interruption de livraison, et n'est jamais remis à zéro.

Dans ces conditions, nous pensons que la valeur N doit être définie de la façon ci-dessous :

Quotidien : N=10

Hebdomadaire : N=5

Bimensuel : N=4

Mensuel : N=4

Bimestriel : N=3

Trimestriel : N=2

Question 7

Le groupe NAP est favorable à l'acceptation de la mise en service de tous les nouveaux titres agréés CPPAP hors IPG, et ce pour une période définie. De notre point de vue, une fois le délai passé, le titre reste en service et c'est au point de vente de faire la demande pour le supprimer. Pour une bonne application de la disposition, le diffuseur doit impérativement être informé, et de façon explicite, de la fin de la période des titres concernés. Cette information doit permettre au point de vente de prendre les bonnes décisions dans le choix des titres nouvellement agréés CPPAP, et d'éviter ainsi tout abus.

Nous pensons que la valeur « M premières parutions » doit être définie selon les critères ci-dessous :

Quotidien : M=7

Hebdomadaire : M=4

Bimensuel : M=2

Mensuel : M=2

Bimestriel : M=1

Trimestriel : M=1

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

Question 8

Nous sommes d'accord sur la mesure qui accompagne les numéros HS (hors-séries) et les numéros spéciaux. Il nous paraît important de demander à ce que la règle sur le nombre de HS autorisés soit rappelée et respectée.

Aujourd'hui de nombreux hors-séries ou numéros spéciaux se prévalant de l'agrément délivré par la CPPAP pour le titre principal, sont édités en contravention de l'article 72 du code général des impôts.

Le groupe NAP demande qu'un contrôle strict soit mis en place sur ce sujet car du point de vue de l'assortiment ces hors-séries ou numéros spéciaux doivent être considérés comme des titres non agréés.

Source :

Extrait de l'Article 72 - 7° b) du CGI

Le numéro spécial ou hors-série doit satisfaire aux mêmes conditions de fond et de forme que la publication principale et porter la mention " numéro spécial " ou " hors-série ".

Toutefois, dans la limite d'un numéro par an pour les publications trimestrielles et de deux numéros par an pour les publications paraissant à des intervalles moindres, le numéro spécial ou hors-série peut être consacré à un thème unique, à condition que le sujet traité présente un lien manifeste avec le contenu habituel de la publication principale.

Question 9 :

La publication des données relatives à la publication du quota de chaque catégorie nous semble être une bonne disposition. Chaque SADP doit communiquer la donnée en libre accès, chaque lundi pour les données quotidiennes de la semaine précédente. Ces données doivent être indiquées à la codification distribuée dans le point de vente pour avoir une vision exhaustive de l'offre en magasin.

En complément de la publication du quota, et pour avoir une vision réelle de l'articulation de l'offre en magasin, il convient également de rendre publique la nature des titres distribués par magasin (titres IPG, titres CPPAP, titres non CPPAP, hors-séries, numéros spéciaux...)

Le moyen d'identification commun à la filière pour un point de vente presse est le code NIM.

Question 10 :

A ce jour, la filière a un déficit de systèmes d'information communs et d'outils de dialogues uniques entre les distributeurs. Cependant, nous souhaitons que la mise en application des règles d'assortiment soit adoptée au 1^{er} juillet 2021, date d'entrée en vigueur du cahier des charges relatif à l'agrément des SADP.

Groupe NAP

Immeuble Atria - 5 place des marseillais - 94220 Charenton-le-Pont
01 49 28 68 68

maisondelapresse.com

Question 11 :

Il nous paraît important de repréciser les prérequis suivants pour la bonne réalisation des règles d'assortiment :

1. Afin d'assurer une représentativité de l'offre presse, le nombre de titres en linéaire doit être fixé et défini selon les seuils suivants :
 - a. Linéaire développé < à 100m = 16 codifications par Mld
 - b. Linéaire développé > à 100 m = 14 codifications par Mld
2. La bonne coordination des règles d'assortiment en linéaire ne sera efficace que s'il existe un référentiel commun qui certifie la fiabilité des données du réseau et des titres distribués. Ce référentiel doit être alimenté et mis à jour quotidiennement par les SADP. La qualité de la donnée doit être contrôlée et garantie par un tiers auprès de tous les acteurs.
3. Il existe des règles de régulation de la filière précédemment édictées par le CSMP, validées par l'ARDP. Ces règles doivent être rappelées à tous les acteurs, et un tiers doit s'assurer de leur bonne application. Le cas échéant, des sanctions doivent être envisagées. Il nous paraît notamment essentiel de veiller à l'application des mesures suivantes :
 - a. Respect des durées de vente d'un produit presse qui sont précisées à la *Décision N°01-2013 rendue par le CSMP en Assemblée Générale le 28 mars 2013* :
 - i. Hebdomadaire : 7 jours de vente
 - ii. Bimensuel : 15 jours de vente
 - iii. Mensuel : 30 jours de vente
 - iv. Bimestriel : 60 jours de vente
 - v. Trimestriel : 90 jours de vente
 - vi. Un « hors-série » : 56 jours de vente
 - b. Respect du nombre de hors-séries autorisés par année civile, et par numéro de CPPAP tel quel précisés ci-dessous : (*sur la décision n°2017 – 02, du 1^{er} juin 2017 auprès du CSMP, et rendue exécutoire le 17 juillet 2017 par l'ARDP*)
 - i. Périodicités inférieure à mensuelle : 18 HS autorisés
 - ii. Périodicité mensuelle : 12 HS autorisés
 - iii. Périodicité bimestrielle : 6 HS autorisés
 - iv. Périodicité trimestrielle : 4 HS autorisés